

Prof. Dr. Abele-Brehm, Andrea

Adresse Lehrstuhl für Sozialpsychologie, Senior Fellow of Psychology
Bismarckstr. 6, 91054 Erlangen

Privat Albert-Schweitzer-Str. 3, 95447 Bayreuth

E-Mail andrea.abele-brehm@fau.de

Verheiratet mit Prof. Dr. Walter Brehm; zwei Kinder, Eva (geb. 1985), Jonas (geb. 1987)

Stationen der akademischen Ausbildung

1982 Habilitation (Psychologie), Universität Bielefeld
1976 Promotion (Psychologie), Universität Konstanz („summa cum laude“)
1973 Diplom (Psychologie), Universität Konstanz („sehr gut“)
1976, 1984 Aufenthalte in Großbritannien und USA

Stationen der beruflichen wissenschaftlichen Tätigkeit

Seit 1.10.16 Senior Fellow of Psychology
1994-2016 Lehrstuhl Sozialpsychologie an der Universität Erlangen-Nürnberg
1984-1994 Professur für Sozialpsychologie an der Universität Erlangen-Nürnberg
1982-1983 Professur für Sozialpsychologie an der Universität Bielefeld
1976-1982 Wissenschaftliche Assistentin an der Universität Bielefeld
1973-1976 Promotionsstudium
1968-1973 Studium der Psychologie, Soziologie und Geschichte

Preise und Auszeichnungen

2016 Moscovici Award der European Association of Social Psychology;
theoretischer Innovationspreis (zusammen mit Bogdan Wojciszke, Polen)
2012 Preis für gute Lehre des Bayerischen Staatsministeriums für Wissenschaft
und Kunst
2010 Renate Wittern-Sterzel Preis für Gleichstellungsforschung
2010 Best Poster Award SIOF
Seit 2009 Fellow of the Association for Psychological Science
Seit 2009 Fellow of the Society of Experimental Social Psychology

Berufliche Funktionen

Seit 2016 Mitglied im „Board of Scientific Affairs“ der European Federation of
Psychological Associations
Seit 2016 Mitglied des Auswahlgremiums der Alexander von Humboldt Stiftung
2014-2016 Präsidentin der Deutschen Gesellschaft für Psychologie
2015 Präsidentin der Föderation deutscher Psychologieverbände
2012-2014 Vizepräsidentin I der Deutschen Gesellschaft für Psychologie
seit 2013 Vorstandsmitglied "Interdisziplinäres Zentrum für Lehr-, Lernforschung"
seit 2013 Mitglied Auswahlgremium Bosch Stiftung „Fast Track“
2012-2014 Kollegiatin im DFG-Fachgremium "Psychologie"
2007-2013 Vorsitzende Förderverein „Familie und Wissenschaft“
2008-2013 Vorstandsmitglied Interdisziplinäres Zentrum für Arbeitsmarkt und Arbeitswelt
Seit 2008 Wissenschaftlicher Beirat Institut für Hochschulforschung, München

2002-2012 Ombudsfrau der Universität für gute wissenschaftliche Praxis
Seit 2002 Mentorin in verschiedenen Mentoring-Programmen
Seit 1995 Herausgeberin bei verschiedenen Fachzeitschriften; Mitglied von Editorial Boards
1992-2000 Fachbetreuerin Studienstiftung des Deutschen Volkes
1991-1995 Universitätsfrauenbeauftragte

Forschungsinteressen

Soziale Kognition (Basisdimensionen der Urteilsbildung; Akteur – Beobachterunterschiede; pragmatische Informationsverarbeitung) Berufslaufbahnforschung (Berufserfolg, Determinanten, Konsequenzen; Gender Aspekte) Wohlbefindensforschung

Publikationen

Mehr als 220 Publikationen in Büchern und Fachzeitschriften

Drittmittel

Zahlreiche drittmittelgeförderte Projekte, u. A. DFG, Volkswagenstiftung, aber auch Industrieprojekte

Nachwuchsförderung

28 betreute Dissertationen, 11 (mit-) betreute Habilitationen
Drei der betreuten Dissertationen wurden mit Preisen geehrt
Derzeit vier der ehemaligen MitarbeiterInnen auf Professuren

Mitglied in Fachverbänden

Deutsche Gesellschaft für Psychologie
American Psychological Association
Association for Psychological Science
European Association of Social Psychology

Gutachterin für wissenschaftliche Fachzeitschriften

Journal of Personality and Social Psychology, Personality and Social Psychology Bulletin, European Journal of Social Psychology, Journal of Experimental Social Psychology, Journal of Personality, Journal of Applied Psychology, Journal of Vocational Behavior, Journal of Occupational and Organizational Psychology, Journal of Happiness Studies, European Journal of Personality Psychology, European Journal of Work and Organizational Psychology

Weitere Gutachtertätigkeiten

DFG; Belgischer Nationalfonds; Schweizer Nationalfonds; Polnischer Nationalfonds; VW Stiftung; Bosch Stiftung; Studienstiftung des Deutschen Volkes; Evangelische Studienstiftung Villigst; Böll Stiftung; Konrad Adenauer Stiftung; Seidel Stiftung

Fachpolitische Tätigkeiten

Vier Jahre Vorstand (zwei Jahre Präsidentin) der Deutschen Gesellschaft für Psychologie (DGPs); in dieser Zeit fachpolitische Tätigkeiten u. A.

- Novellierung des Psychotherapeutengesetzes;
- Mindeststandards für Rechtspsychologische Gutachten;
- Empfehlungen für Qualitätssicherung in der psychologischen Forschung;
- Neuentwicklung eines Presse- und Öffentlichkeitsarbeitskonzepts der DGPs;
- Empfehlungen für Bachelor- und Masterstudiengänge der Psychologie
- Formulierung von Empfehlungen für publikationsbasierte Dissertationen;
- Formulierung von Empfehlungen für Berufungsverfahren.

Tätigkeit auf europäischer Ebene: European Federation of Psychological Associations
Tätigkeiten als Evaluatorin, u. A. Universität Wien (2016)

Öffentlichkeitsarbeit

Zahlreiche Beiträge in Printmedien (u. A. „Zeit“, „Welt“, „FAS“, „Süddeutsche“), im Hörfunk (u. A. Deutschlandfunk) und im Fernsehen (ARD, FDF, Bayern) zu psychologischen Themen.

Vortragstätigkeit bei Verbänden, Kirchen, Universitäten, etc.

Wichtige Forschungsbereiche

Basisdimensionen der sozialen Urteilsbildung

In diesem Forschungsschwerpunkt wurde gezeigt, dass sich die Beurteilung eigenen und fremden Verhaltens auf zwei Basisdimensionen zurückführen lässt, die in Anlehnung an Bakan (1966) mit agency und communion bezeichnet werden können.

Agency umfasst Eigenschaften, die sich auf individuelles Zielstreben und das Behaupten der eigenen Person (auch „getting ahead“ bezeichnet) beziehen, communion umfasst Eigenschaften, die sich auf soziale Beziehungen und Einbettung in eine Gemeinschaft (auch „getting along“) beziehen. Nahezu alle psychologischen Eigenschaften lassen sich einer dieser beiden Dimensionen zuordnen und freie Beschreibungen anderer Personen, der eigenen Person und auch von Gruppen sind ebenfalls anhand dieser Basisdimensionen klassifizierbar.

Aus einer ontologischen Perspektive reflektieren Agency und Communion die Dualität der menschlichen Existenz sowie die basalen Herausforderungen, denen sich Personen konfrontiert sehen: Einerseits Kompetenz und Status zu erwerben, sowie andererseits anerkannt und eingebunden zu sein. Agency und Communion können insofern als breite Klassen von Verhalten verstanden werden, die bestimmten Funktionen dienen (Aufgabenorientierung – Agency; Beziehungsorientierung – Communion).

Aus der Perspektive der sozialen Kognitionsforschung sind Agency und Communion darüber hinaus breite Wahrnehmungs- bzw. Urteilsbildungskategorien. Da Wahrnehmung und Urteilsbildung dem Handeln dienen bzw. soziale Kognition eine Aktivität ist, die Individuen befähigt, sich gegenseitig zu verstehen und erfolgreich miteinander zu interagieren, sind Agency und Communion funktionale Kategorien der sozialen Kognition: Aus kommunalen Handlungen werden (wohlwollende versus feindselige) Intentionen erschlossen, aus agentischen Handlungen (hohe bzw. niedrige) Kompetenzen. Diese breiten Wahrnehmungs- und Beurteilungskategorien sind jedoch nicht eins zu eins an das zu beurteilende Verhalten geknüpft. So kann man das Verhalten „eine Person übersetzt für eine andere Person einen wichtigen Brief“ sowohl als agentisch („die Person hat gute Sprachkenntnisse“) als auch als kommunal („die Person ist hilfsbereit“) beurteilen. Die Art der Beurteilung hängt u.a. von der Wahrnehmungsperspektive ab.

In der neu entwickelten „dual perspective theory“ (z.B. Abele & Wojciszke, 2014) konnten wir zeigen, dass ein und dasselbe Verhalten je nach Betrachtungsperspektive, d.h. ist die Perspektive das eigene Verhalten (ich als Handelnder) oder ist die Perspektive das Verhalten anderer Menschen (ich als Beobachter), unterschiedlich bewertet wird. Eigenem Handeln wird mehr „agency“ zugeschrieben als dem Handeln anderer Personen und fremdem Handeln wird mehr „communion“ zugeschrieben als eigenem Handeln. Wir begründen diesen systematischen Unterschied mit der Funktion, die Eigenschaftszuschreibungen haben. Bei der eigenen Person steht die Beurteilung der Eignung eines Verhaltens in Bezug auf Zielerreichung im Vordergrund; bei der Beurteilung des Verhaltens anderer Personen steht im Vordergrund, inwiefern dieses der eigenen Person nützt oder schadet. In einer Vielzahl von Studien mit unterschiedlichen methodischen Herangehensweisen haben wir Belege für diese Theorie gesammelt. Die Anwendungsrelevanz besteht u. A. darin, zu verstehen, wie unterschiedliche Wahrnehmungen bzw. Beurteilungen in Interaktionen zustande kommen und wie das Wissen über solche Wahrnehmungsunterschiede das gegenseitige Verständnis beeinflussen kann.

Diese Forschung wurde durch die DFG und die Alexander von Humboldt Stiftung gefördert. Sie wurde jüngst mit dem „Moscovici Award“ der European Association of Social Psychology geehrt. Diese Auszeichnung wird für eine herausragende theoretische Innovation vergeben.

Beispielpublikationen:

Abele, A.E. & Wojciszke, B. (2014). Communal and agentic content. A dual perspective model. *Advances in Experimental Social Psychology*, 50, 195-255.

Abele, A.E. & Wojciszke, B. (2007). Agency and communion from the perspective of self versus others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93, 751-763. Doi: 10.1037/0022-3514.93.5.751

Pragmatische Informationsverarbeitung, u. A. Stimmung und Denken

In diesem Forschungsschwerpunkt haben wir untersucht, wie verschiedene Informationen in ein Gesamturteil integriert werden, z.B. im Rahmen von Personenwahrnehmung, aber auch im Rahmen der Beurteilung sozialer Sachverhalte.

In einer ersten Serie von Studien haben wir untersucht, wie sich die augenblickliche Stimmung, in der sich eine Person befindet, auf ihre Urteilsbildung auswirkt. Es gibt in der Literatur viele Belege für einen sogenannten „Stimmungskongruenzeffekt“. Dieser besagt, dass Bewertungen in eine der Stimmung entsprechende Richtung „verzerrt“ werden. Man beurteilt beispielsweise die momentane Lebenszufriedenheit höher, wenn man sich in positiver Stimmung befindet. Während andere Autoren diese „Verzerrung“ als Heuristik interpretieren, etwa im Sinne von „wenn ich mich gut fühle, dann muss das, was ich gerade beurteile, auch gut sein“ haben wir gezeigt, dass es sich auch um einen pragmatischen Prozess der Informationsintegration handeln kann. Informationsintegration bedeutet in diesem Zusammenhang, dass alle zu einem bestimmten Zeitpunkt verfügbaren Informationen, d.h. auch die eigene Stimmung, zu einem Gesamturteil zusammengefügt werden, d.h. eine „bottom up“ bzw. „datengetriebene“ Informationsverarbeitung. Wir haben diese Annahme u. A. dadurch erhärtet, als wir zeigen konnten, dass Stimmungseinflüsse umso kleiner werden, je mehr Information integriert werden muss und umgekehrt umso größer werden, je weniger Information zur Verfügung steht. Damit können Stimmungseinflüsse auf die soziale Urteilsbildung als Spezialfall von Informationsintegrationsprozessen behandelt werden. Allerdings sind solche Informationsintegrationsprozesse nicht einfach Additionen vorhandener Informationen, sondern es gibt jeweils auch Gewichtungen in Abhängigkeit vom Urteilsgegenstand. Solche Informationsintegrationsprozesse finden nicht nur bezüglich Stimmungseinflüssen statt, sondern sie lassen sich auch bezüglich anderer, sehr subtiler, externer „Metainformationen“ zeigen. Beispielsweise lässt sich zeigen, dass bei sequentieller Darbietung verschiedener Reizklassen die Art der Darbietung (jede Reizklasse für sich versus die beiden Reizklassen gemischt; dies als Beispiel für eine „Metainformation“) in das

Urteil integriert wird. Gemischte Darbietung führt dazu, dass die beiden Reizklassen als in sich homogener und zwischen beiden unterschiedlicher wahrgenommen werden; blockweise Darbietung führt zum gegenteiligen Effekt.

Diese Forschung wurde von der DFG im Rahmen einer Forschergruppe finanziert.

Beispielpublikationen:

Abele, A.E. & Petzold, P. (1994). How does mood operate in an impression formation task? An information integration approach. *European Journal of Social Psychology, special issue on mood and social judgment*, 24, 173-188.

Abele, A.E. & Petzold, P. (1998). Pragmatic Use of Categorical Information in Impression Formation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 347-358.

Berufliche Laufbahnentwicklung, u. A. unter geschlechtsvergleichender Perspektive

Dieser Forschungsschwerpunkt ist stärker anwendungsbezogen. Im Fokus stand die Frage, welche psychologischen Faktoren eine mehr oder weniger erfolgreiche berufliche Laufbahnentwicklung vorhersagen sowie ob und wie es hierbei Geschlechtsunterschiede gibt.

Aufbauend auf einem sozial-kognitiven Modell der beruflichen Entwicklung (Abele, 2002) wurden zwei umfangreiche Längsschnittstudien konzipiert: Eine Studie wurde zwischen 1995 und 2010 mit Absolventen und Absolventen des Jahrgangs 1994/95 (alle Fächer) der Universität Erlangen-Nürnberg durchgeführt. Die Teilnehmenden wurden insgesamt siebenmal befragt. Die andere Studie wurde mit Mathematikabsolventinnen und –absolventen von 40 deutschen Universitäten zwischen 1997 und 2010 durchgeführt (ebenfalls sieben Befragungen).

Das sozial-kognitive Modell prognostiziert, dass Ziele und Selbstwirksamkeitserwartungen wichtige psychologische Determinanten von Berufserfolg sind sowie dass diese Determinanten für Männer und Frauen gleichermaßen bedeutsam sind. Als stärker geschlechtsspezifische Determinante wurden Elternschaft und damit verbundene Arbeitszeitreduktionen untersucht. Eine Spezialfragestellung des Projekts war darüber hinaus, die konzeptuelle Schärfung und Operationalisierung des Konstrukts des Berufserfolgs.

Wir konnten u. A. zeigen, dass berufsbezogene Ziele am Ende des Studiums sowie die spezifische Ausprägung der Selbstwirksamkeitserwartungen den späteren Berufserfolg gut vorhersagen konnten. Der prognostische Effekt zeigte sich noch nach 10 Jahren. Dies galt erwartungsgemäß für Frauen und Männer in gleicher Weise. Hinsichtlich geschlechtsspezifischer Berufsverläufe fanden wir, dass nicht Elternschaft per se, sondern vielmehr das Ausmaß der Arbeitszeitreduktion einen negativen Effekt auf Berufserfolg hatte.

Die Operationalisierung des Berufserfolgs geschah über verschiedene objektive (Gehalt, hierarchische Stufe, Verantwortungsspanne) und subjektive (Karrierezufriedenheit, Arbeitszufriedenheit, relative Zufriedenheit im Vergleich zu anderen) Indikatoren. Wir konnten u. A. Wechselwirkungen zwischen subjektiven und objektiven Erfolgsindikatoren über die Zeit hinweg feststellen: Objektiv erfolgreiche Personen wurden auch subjektiv erfolgreicher; aber subjektiv erfolgreiche Personen wurden auch objektiv erfolgreicher!

Die Studien wurden international stark beachtet; auf einem SIOP Kongress (Society of Industrial and Organizational Psychology) wurde eine Präsentation mit einem Preis ausgezeichnet.

Diese Forschung wurde von der DFG und von der Stiftung Volkswagenwerk gefördert.

Beispielpublikationen:

Abele, A. E. (2003). The Dynamics of Masculine-Agentive and Feminine-Communal Traits. Findings from a Prospective Study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 768-776. Doi: 10.1037/0022-3514.85.4.768

Abele, A.E., & Spurk, D. (2009a). The longitudinal impact of self-efficacy and career goals on objective and subjective career success. *Journal of Vocational Behavior*, 74, 53-62.

Abele, A.E. & Spurk, D. (2009b). How do objective and subjective career success interrelate over time? *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 82, 803-824.

Abele, A.E., Spurk, D. & Volmer, J. (2011). The construct of career success: measurement issues and an empirical example. *Journal of Labour Market Research*, 43, 195-206.

Wohlbefindensforschung

Ein weiterer größerer Forschungsschwerpunkt, der in die bisher genannten integriert ist, ist die Analyse des subjektiven Wohlbefindens. In frühen Studien wurde der Zusammenhang zwischen Sporttreiben und subjektivem Wohlbefinden thematisiert. Später wurden u. A. mithilfe der genannten Längsschnittdaten sowie im Rahmen der Forschungen zu Agency und Communion weitere Fragestellungen zum subjektiven Wohlbefinden betrachtet.

Berufserfolg und subjektives Wohlbefinden: Wir konnten zeigen, dass objektiver Berufserfolg die Lebenszufriedenheit positiv beeinflusst, aber nur vermittelt über den subjektiven Erfolg. Wenn Personen sich subjektiv als wenig erfolgreich empfanden, dann hatte der objektive Erfolg auch keinen Einfluss auf die Lebenszufriedenheit.

Agency, communion und Lebenszufriedenheit: Über zwei Kulturen hinweg (Studien in Russland und Deutschland) zeigte sich, dass hohe Ausprägung kommunaler Werte (Werte, die sich auf das Gemeinwohl beziehen) zusammen mit hoher Ausprägung agentischer Eigenschaften (d.h. Personen, die sich selbst als zielorientiert und leistungsfähig beschreiben) mit hoher Lebenszufriedenheit einhergingen. Hohe Ausprägung agentischer Werte (Einfluss, Reichtum, etc.) zusammen mit hoher Ausprägung agentischer Eigenschaften ging dagegen nicht mit erhöhter Lebenszufriedenheit einher.

Diese Forschung wurde im Rahmen der obigen Drittmittelprojekte durchgeführt.

Beispielpublikationen:

Abele, A. E. (2014). Pursuit of communal values in an agentive manner: A way to happiness? *Frontiers of Psychology*, 5, No. 1320. Doi: 10.3389/fpsyg.2014.01320

Abele, A.E., Hagmaier, T., & Spurk, D. (2016). Does Career Success Make You Happy? The Mediating Role of Multiple Subjective Success Evaluations. *Journal of Happiness Studies* 17 (4), 1615-1633. DOI: 10.1007/s10902-015-9662-4